

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Komunikasi dan Multimedia

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap Tahun 2010/2011

ANALISIS PERAN *PUBLIC RELATIONS* UNTUK MELAKSANAKAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG EFEKTIF

(Studi Kasus pada SITTI)

MARIANA 1100008364

Abstrak

Tujuan penelitian adalah menganalisis bagaimana peran PR SITTI dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran dalam upaya meningkatkan profit perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan alat wawancara dan observasi dalam mengumpulkan data.

Hasil yang dicapai yaitu PT SITTI menggunakan strategi media dalam strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah *selling, advertising, sales promotion, direct marketing, publicity, word of mouth*. Sedangkan dalam strategi media, media yang digunakan adalah media online, media massa meliputi radio dan majalah, media uji coba, media *e-mail*, dan media pertemuan/forum.

Simpulan yang peneliti dapat adalah bahwa peran *public relations* (PR) SITTI untuk menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang efektif dinilai sudah cukup baik.

Kata kunci : *public relations, strategi komunikasi pemasaran yang efektif*